

Campaña “Te lo Agradece”

‘Aquí hay empleo’: InLac promueve un nuevo movimiento social para animar a los jóvenes a quedarse en el campo

El sector quiere implicar a los consumidores para que se sumen a este movimiento social comprando lácteos de origen nacional

Actualmente, más del 72 % de los ganaderos tienen más de 52 años. Y uno de cada cuatro está cerca de la edad de jubilación. En el lado contrario, sólo el 3,5% de los titulares tiene menos de 35 años

Madrid, sept 2025.- ¿Cómo luchar contra el alarmante proceso de envejecimiento de la población y el inexorable avance de la “España Vacía”? ¿Es posible sellar una nueva alianza del sector primario y los consumidores para promover los lácteos de origen nacional y atraer con ello talento y emprendedores? Ganaderos, cooperativas e industrias se han unido en esta inaplazable batalla, en un contexto en el que se han encendido todas las alarmas: una ganadería cierra cada día y uno de cada cuatro profesionales está a punto de jubilarse, sin nadie que quiera relevarles en muchos casos.

En este contexto, la [Organización Interprofesional Láctea \(InLac\)](#) sigue apostando por la innovadora campaña promocional “[Te lo Agradece](#)”, lanzada en 2024, con el objetivo de reactivar el consumo de alimentos lácteos de origen nacional y fomentar con ello el relevo generacional. La nueva fase de la campaña “**Te lo Agradece**” se despliega entre el 19 de septiembre y 2 de noviembre, con una interesante novedad: la creación de un “**movimiento social generacional**”, con apoyo de redes sociales, acciones con influencers e incluso de plataformas de búsqueda de empleo como LinkedIn e InfoJobs.

El público objetivo de esta campaña, que incluye acciones publicitarias en TV y plataformas de comercio electrónico, se mueve entre los 18 y 30 años, coincidiendo con edades cruciales en la búsqueda de empleo, la toma de decisiones sobre el futuro y la elección de estudios. De igual forma, se han grabado testimoniales de jóvenes ganaderos que han decidido quedarse en el campo, crear empleo y riqueza. Tal y como ha apuntado el presidente de InLac, **Javier Roza**, “con el lanzamiento de este nuevo movimiento social generacional pretendemos destacar la diversidad de trabajos disponibles en el campo, creando conciencia sobre las numerosas oportunidades laborales que existen en el sector agrícola y rural”.

Además, remarca InLac, la campaña intenta concienciar a los consumidores para que adquieran lácteos de origen nacional porque con ello ayudarán a mantener la actividad en el medio rural y el trabajo de estos profesionales que han decidido apostar por el sector .

“Pensamos que el medio rural puede ser el lugar ideal para que nuestros jóvenes puedan echar raíces, no sólo en el ámbito de la ganadería, que también, sino que pueden seguir en el medio rural trabajando como ingenieros, veterinarios, en marketing, en procesos de fabricación o en las nuevas áreas de futuro ligadas a la robótica, el uso de drones y de la inteligencia artificial”, ha valorado **Roza**.

Asimismo, InLac apela a los consumidores para que apoyen y se sumen a este nuevo “movimiento” social en favor de los jóvenes y del medio rural, ya que tienen en sus manos la principal herramienta para conseguirlo, apostando cuando van al supermercado por adquirir alimentos lácteos de origen nacional como leche, queso o yogur. El reto planteado es importante, casi titánico ante la gravedad de la situación. **Más de 1.000 ganaderos y 528 ganaderías (“una al día”) echaron el cierre el último año. Más del 72 % de los ganaderos tienen más de 52 años. Así, uno de cada cuatro ganaderos en España está cerca de la edad de jubilación, es decir, tienen más de 65 años mientras que, en el lado contrario, sólo el 3,5% de los titulares tiene menos de 35 años.**

Antecedentes

La campaña “Te lo Agradece” arrancaba en 2024 con la intención de concienciar a los consumidores de la importancia de consumir lácteos españoles y del poder que tienen, con su decisión de compra, de fomentar el relevo generacional en nuestro país, garantizar la viabilidad del sector lácteo y el futuro rural en nuestro país. Para ello, “Te lo Agradece” se nutrió de un spot de televisión y acciones de divulgación en Internet, redes sociales y puntos de venta, entre otras.

La iniciativa de InLac continuó su curso en este 2025 con dos nuevas oleadas que permitirán alcanzar más de 83 millones de impactos. La primera fase se desarrolló entre el 7 de marzo y el 8 de abril e incluyó acciones de divulgación en televisión y sus plataformas, Internet y páginas online de distribución comercial, así como señalética en puntos de venta físicos de Caprabo, Supercor, El Corte Inglés, Eroski, Ahorramás o DIA.

Ahora, se dan nuevos pasos y un giro a la campaña, que apuesta por el lanzamiento de un nuevo movimiento social que pretende avanzar en el necesario, urgente e imprescindible relevo generacional, con el apoyo imprescindible de los consumidores, si apuestan por los saludables, nutritivos y sostenibles alimentos lácteos de origen nacional.